**الفنادق العالمية والشركات الفندقية**

**International and Chain Hotels**

 من ابرز الفنادق العالمية الفنادق الأمريكية التي لها مميزات وخصائص وانظمة تختلف عن غيرها من الفنادق ، وتعتبر رائدة في هذا المجال ، وتأتي بعدها الفنادق الأوربية .

**الفنادق الأمريكية American Hotels :**

 تعتبر الفنادق الأمريكية في يومنا هذا الرائدة في العالم من كافة النواحي ، وقد مرت بمراحل تطور وتوسع وانتشار مثل بقية الفنادق الأخرى في العالم .

 أول فندق أنشأ في الولايات المتحدة الأمريكية كان عام 1794م في مدينة نيويورك وقد كان عبارة عن خان توسع ليضم (73) غرفة ، وكان ينظر اليه المجتمع في ذلك الوقت على انه مؤسسة هائلة واصبح هذا الفندق أكبر مركز اجتماعي في مدينة نيويورك التي كانت مزدهرة في ذلك الوقت .

 بعد ذلك انشأت فنادق اخرى على غراره ، وهكذا بدأ أصحاب رؤوس الأموال في المدن الأمريكية الأخرى استثمار أموالهم في بناء الفنادق . ففي عام 1850م تم بناء اضخم وأغلى فندق في العالم في تلك الأيام في مدينة شيكاغو واطلق عليه أسم بالاس (Palasce) واعتبر اجمل واضخم فندق في العالم ولكن لم يكتب النجاح لهذا الفندق في ذلك الوقت ، وعلى الرغم من ذلك فقد أعتبر رجال الفنادق في ذلك الوقت بأن ديكور وبناء ومعدات واشراف الفندق هو انتصار حقيقي للفنادق في العالم وبداية الطريق لتكوين ونشأة صناعة الفنادق في أمريكا .

 وبدأت منافسة شديدة من قبل رجال الفنادق حول بناء أكبر وأحسن فندق ، مما ادى هذا الاتجاه الى الانحراف عن التقليد الأمريكي للفنادق المخصصة لكل طبقات المجتمع وخلق اتجاه جديد في نهاية القرن التاسع عشر وهو بناء فنادق أنيقة ذات ابنية فاخرة . والاتجاه الذي ساد ذلك الوقت هو بناء الفنادق الصغيرة بالقرب من محطات السكك الحديدية . وفي بداية القرن العشرين ظهرت فكرتين في امريكا اثرت على فعالية الفنادق .

الأولى كنتيجة للازدهار الاقتصادي بسبب زيادة المسافرين لغرض البحث عن عمل طورت الكثير من الفنادق فعالياتها لسد حاجة ورغبات هؤلاء الأفراد في ايجاد مكان مناسب لإيوائهم وخدمتهم .

والثانية التطور الذي حصل في طرق المواصلات الذي سهل السفر بأقل كلفة ، ونمو فكرة التشوق الى الحركة في المجتمع ، وهذا ساعد على زيادة عدد المسافرين وانشاء فنادق لذوي الدخل المتوسط وبأقل كلفة لتقديمها الى المجتمع الأمريكي .

 مرت الفنادق بعد ذلك بحالة كساد بعد الحرب العالمية الأولى والثانية ، ثم عاودت نشاطها على الانتشار والازدهار في عام 1950م ، وبعد الحرب العالمية الثانية انتشرت الموتيلات بسبب زيادة استعمال السيارات في النقل وتوفر السيارات بشكل كبير وبأسعار مناسبة ، وكذلك انشاء وتطور طرق المواصلات السريعة ، واستمر التطور والتقدم في صناعة الفنادق الامريكية واستطاعت ان تتغلب وتتميز على الفنادق الأخرى كالفنادق السويسرية التي كانت تعتبر أفضل الفنادق في العالم ذلك الوقت ، كما وصلت الفنادق الأمريكية القمة من حيث الخدمات المقدمة والادارات المستخدمة فيها وفي استخدامها للتكنلوجيا الحديثة وضخامة حجمها . كما نلاحظ في يومنا هذا ان أحسن وأفضل وأكثر السلاسل الفندقية انتشارا في العالم هي الفنادق الأمريكية ثم تأتي بعدها الفنادق الأوربية .

 أما اهم مميزات الفنادق الأمريكية فهي :

1 . تمتاز بكبر حجمها وضخامتها ، وكثرة اعداد الغرف التي تحويها ، اذ ان الفندق الأمريكي المتوسط الحجم يحتوي على (300-500) غرفة .

2 . تعتمد ادارة الفنادق الأمريكية على التجديد المستمر في اتباع الأنظمة الادارية وتقنيات ادارة الأعمال وتلبية رغبات الضيوف المتجددة والمستمرة .

3 . استخدامها الواسع للتكنلوجيا الحديثة والأجهزة الالكترونية .

4 . اغلب الفنادق الأمريكية تقدم خدمات متكاملة .

5 . انتشار وتوسع الموتيلات بحيث اصبحت تغزو المدن الأمريكية وتنافس الفنادق في بعض الأحيان .

6 . انتشارها الواسع وكثرة عددها .

7 . تخصص مبالغ ضخمة للإعلان والترويج والتسويق .

8 . اتباعها النظام اللامركزي في العمل الاداري .

9 . ازدهار وانتشار السلاسل الفندقية فيها .

10 . عدد العاملين في الفنادق الأمريكية قليل اذ نجد كمعدل لكل ثلاثة غرف عاملين فقط .

11 . معظم غرف الفنادق الأمريكية تحتوي على حمام مستقل وتلفزيون وتلفون .

 ومن أشهر السلاسل الفندقية الأمريكية سلسلة هولداي أن ، سلسلة فنادق هلتون ، سلسلة فنادق شيراتون ، سلسلة فنادق رامادا أن ، سلسلة فنادق ماريوت ، وسلسلة فنادق حياة .

**الفنادق الأوربية European Hotels :**

 مرت الفنادق الأوربية بمراحل عديدة أيضا كالفنادق الأمريكية ونمت من مرحلة الخانات البدائية الى الفنادق الحديثة والضخمة لكنها لم تصل الى الفنادق الأمريكية .

 ومن اهم خصائص الفنادق الأوربية ما يأتي :-

1 . تعتبر قديمة في بنائها قياسا الى الفنادق الأمريكية .

2 . من غير الطبيعي ايجاد فندق اوربي يحتوي على أكثر من (500) غرفة أي تميل الفنادق الأوربية الى الحجم الصغير والمتوسط .

3 . قلة من الفنادق الاوربية تقدم خدمة متكاملة .

4 . عدم انتشار وتوسع الموتيلات في أوربا قياسا الى أمريكا وهي لا تنافس الفنادق .

5 . عدم الاستخدام الواسع للتكنلوجيا الحديثة بطريقه سريعة .

6 . لا يتم تخصيص مبالغ ضخمة للإعلان والترويج والتسويق .

7 . أغلبها تتبع النظام المركزي في الادارة .

8 . قلة السلاسل الفندقية فيها .

9 . عدد العاملين في الفنادق الأوربية كثير قياسا للفنادق الأمريكية اذ نجد كمعدل لكل غرفة عاملين أو أكثر ، أي الفندق الذي يحتوي على (200) غرفة معدل الأيدي العاملة فيه (400) عامل أو أكثر .

10 . كثير من غرف الفنادق الأوربية لا تحتوي على حمام مستقل دائما ، بل ان كل خمسة أو ستة غرف يشتركون في حمام واحد ، كما ان الغرف لا تحتوي على تلفزيون او تلفون ، وفي حالة طلبها يدفع عنها أجر اضافي .

 من أشهر الفنادق الأوربية في بريطانيا فندق سافوي وفندق رتز ، وفي لوزان فندق بالاس ، وفي فينا فندق دانيال اككلوز . وأشهر السلاسل الأوربية هي سلسلة فورتي البريطانية ، وسلسلة فنادق اكور الفرنسية ، وسلسلة فنادق انتركونتينتال البريطانية .

**السلاسل الفندقية Chain Hotels :**

 عمل السلاسل الفندقية ليس جديد في صناعة الفنادق ، والسلسلة الفندقية معناها ادارة عدة فنادق من قبل شركة واحدة أو منظمة واحدة . وكان هذا تطبيق اعتيادي لفترة طويلة من الزمن فقد جنى النمو العظيم في السلاسل توسعاً خلال السنوات الأخيرة من الحرب العالمية الثانية وبعد الحرب .

 أول السلاسل التي بدأت بالنمو بسرعة هي سلسلة فنادق ستاتلر وسلسلة شيراتون وسلسلة هيلتون .

 انشئت سلسلة ستاتلر عدة فنادق في واشنطن ولوس انجلوس ، واتخذت سلسلة هيلتون وشيراتون طريقة أسرع بالنمو هي شراء فنادق قائمة بذاتها وكلا السلسلتين اشتروا وباعوا عقارات فنادق بسرعة حتى انه تمت الاشارة الى هاتين السلسلتين بأنهما سماسرة عقارات فنادق عوضا عن ادارة فنادق وقد عانوا كثيرا لثبات انفسهم على انهم مشغلي ومديري فنادق بدلا من سماسرة عقارات .

 وكانت فنادق ستاتلر لوقت طويل تعتبر احسن وأكثر الفنادق في ذلك الوقت في الولايات المتحدة الأمريكية ، وتم تشغيل عوائد كثيرة من الأرباح في توسيع وادارة هذه السلسلة واصبحت قيمة السلسلة اكثر بكثير من قيمتها الدفترية ولهذا السبب حاول مالكي الاسهم استعادة اموالهم من الشركة بسرعة لأنهم معرضين لضرائب كبيرة فرضت عليهم من قبل الدولة وكانت الطريقة الوحيدة لهم للحصول على أموالهم والأرباح هي بيع السلسلة وقد تم ذلك .

 قامت شركة هيلتون بشراء سلسلة فنادق ستاتلر مما جعلها أكبر سلسلة فنادق في العالم ، ثم دخلت الى هذا الميدان شركات أخرى مثل سلسلة فنادق ماريوت وفنادق وسترن وهوليداي ان ورمادا ان .

 السبب الرئيس لنمو ادارات السلاسل بشكل سريع في امريكا هو المنافسة الشديدة التي بدأت تجابهها الفنادق الأخرى وكان لمالكي الفنادق المستقلة ثلاث بدائل للحد من منافسة السلاسل هي :

1 . تستطيع ان تعوض الهبوط في العمل عن طريق توفير مصاريف الصيانة ورفع أجور الغرف ويعتبر هذا البديل جيد ولكنه يمثل عملية انتحارية بالنسبة للفنادق المستقلة .

2 . اذا كان لدى مالكي الفنادق المستقلة مبلغ كافي من المال فانه يستطيع ان يستثمره في تطوير وتجديد الفندق والترويج له .

3 . بيع الفندق لغرض الحصول على بعض الأرباح ، وقد اتخذت اغلب الفنادق المستقلة هذا البديل وبدأت في بيع فنادقها وأخذت السلاسل الفندقية بشراء هذه الفنادق لهذا السبب توسعت ونمت السلاسل الفندقية وبدأت بالاشتغال ببناء فنادق جديدة .

 وبسبب ضغط المنافسة من قبل السلاسل الفندقية على الفنادق المستقلة الأخرى واجهت هذه الفنادق تحدي مضاعف من قبل السلاسل والموتيلات التي خطت خطوات سريعة وواسعة في تطوير أعمالها . لذا اجبرت الفنادق الصغيرة على تغيير أسلوب ادارتها بهدف زيادة الايرادات لتغطية نفقات التشغيل المتزايدة واتجهت الى التركيز على قسم الأطعمة والمشروبات لزيادة ايرادات الفندق والتعويض عن النقص الحاصل في ايراد الفندق نتيجة انخفاض نسب الاشغال .

 **ايجابيات السلاسل الفندقية هي :**

**1 . الشراء Purchasing :**

 يتم شراء كل الحاجات الضرورية من مأكولات ومشروبات وأثاث ومناشف وعدد والآلات الالكترونية والكهربائية ...الخ في فنادق السلاسل بكميات كبيرة من قبل الشركة الرئيسية (الأم) وتوزعها على الفنادق الأخرى التابعة للسلسلة ، وهذا بدوره يساعد على توفير كميات كبيرة من الأموال نتيجة الحصول على خصم عالي في حالة الشراء بكميات كبيرة ، وكذلك تخصص كادر المشتريات لهذا النوع من الشراء . ولكن لا يمنع من أن الفنادق العالمية التابعة للسلسلة تقوم بشراء هذه المواد من دول اخرى إذا كانت بأسعار أقل .

**2 . الأفراد Personnel :**

 تستطيع السلسلة أن توفر كادر متخصص لكل عمل من أعمال الفندق ، إداريين ، مهندسين ، فنيين ، مدراء ، مصممي ديكور ، طباخين ، معماريين ، محاسبين ، خبراء بيع ، ويكون توفير هذا الكادر سهل وبأقل التكاليف بسبب توزيع مصاريف التدريب والتهيئة على كل الفنادق التابعة للسلسلة الواحدة . عدد قليل من الفنادق المستقلة تستطيع أن توفر مثل هذه الاختصاصات بسهولة وبمصاريف قليلة .

**3 . التسويق Marketing :**

 تستطيع الفنادق التابعة لسلسلة واحدة التمتع بالإعلان في المجلات والصحف والمجلات على مستوى الدولة ككل بتكاليف قليلة نسبيا .

تعتبر هذه الخدمات باهظة جدا بالنسبة للفنادق المستقلة وتؤدي هذه الخدمات الى ربحية عالية جدا بالنسبة لصناعة الفنادق وتكون كلفتها قليلة إذا تم توزيع تكاليفها على فنادق السلسلة . إذ يعتبر الإعلان عن فندق سلسلة معينة هو إعلان عن كل فنادق السلسلة لأنهم يحملون نفس الاسم التجاري ويقدمون مستوى متقارب من الخدمات .

 ويعتبر التسويق وتقنياته تقريبا من أهم ايجابيات السلاسل الفندقية ومفتاح هذه العملية التسويقية اسم الشركة الأم ، ويظهر في كل مكان مثلا في قوائم الطعام ، الأقداح ، المناديل الصحية .... والأهم من ذلك انها جميعا تحمل اسم واحد ألا وهو اسم الشركة الأصلية فإن الاعلان عن فندق (Hilton) في اي مكان في العالم معناه اعلان عن كافة فنادق الهلتون في العالم .

**4 . الحجز Reservation :**

 خدمات الحجز لمدة (24) ساعة وعلى مدار السنة في كل انحاء الدولة ، ولقاء أجر زهيد وتوزع المصاريف على فنادق السلسلة وهذا عامل مهم جدا بالنسبة للعمل الفندقي و (25%) من حجوزات فنادق السلاسل تأتي عن طريق هذا النظام للحجز ومثل هذه الخدمات لا تتوفر في الفنادق المستقلة .

**5 . التمويل Finance :**

 تجد الفنادق التابعة لسلسلة واحدة طريقة سهلة للحصول على رأس المال لغرض التوسع والتطور وبدون مخاطرة تذكر ، اذ يستطيع الفندق التابع لسلسلة اقتراض رأس المال من الشركة الأم بسهولة .

 بينما بالنسبة للفنادق المستقلة لا تستطيع الاقتراض بسهولة الا اذا قامت برهن جزء من ممتلكاتها لأحد الشركات المقرضة وهذا يؤدي الى مخاطرة كبيرة .

**6 . القضاء على الاحتكار :**

 القضاء على احتكار الشركات او الأفراد لمنطقة معينة أو مدينة معينة وفتح باب المنافسة بينهم وهذا بدوره يؤدي الى انخفاض الاسعار وتحسين وتنويع الخدمات الفندقية الأخرى .

**7 . اشباع حاجات ورغبات الضيوف :**

 اشباع حاجات ورغبات الضيوف من خلال تقديم هذه الفنادق لخدمات متكاملة لهم والتي تعتبر أفضل الخدمات الفندقية ما تقدمه السلاسل الفندقية .